

PMI™ Ngành Sản xuất ASEAN của Nikkei

Lĩnh vực sản xuất của ASEAN tăng trưởng trở lại trong tháng 8.

Những điểm chính:

- Cả sản lượng và tổng số lượng đơn đặt hàng mới đều tăng trở lại đã làm tăng chỉ số PMI toàn phần.
- Lượng công việc tồn đọng giảm tiếp, và điều này cho thấy có năng lực sản xuất dự phòng.
- Áp lực lạm phát tăng lên

Phân hạng các quốc gia theo PMI™ ngành sản xuất: Tháng 8

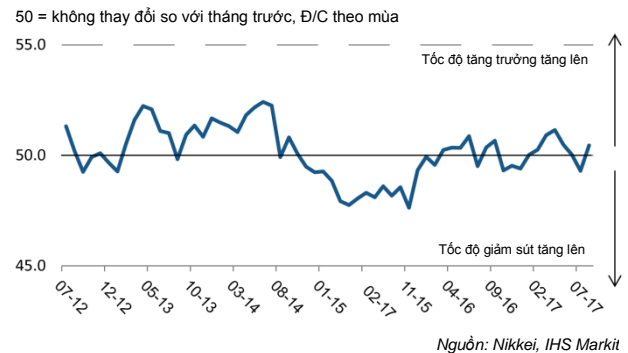
	PMI	Mức độ thay đổi
Việt Nam	51,8	Tăng nhẹ (nhanh hơn tháng 7)
Singapore	51,0	Tăng nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Indonesia	50,7	Tăng nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Philippines	50,6	Tăng nhẹ (chậm hơn tháng 7)
Malaysia	50,4	Tăng nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Thái lan	49,5	Giảm nhẹ (nhanh hơn tháng 7)
Myanmar	49,3	Giảm nhẹ (chậm hơn tháng 7)

Theo dữ liệu khảo sát chỉ số PMI mới nhất, sau khởi đầu yếu kém của quý 3, ngành sản xuất của ASEAN đã tăng trưởng trở lại trong tháng 8.

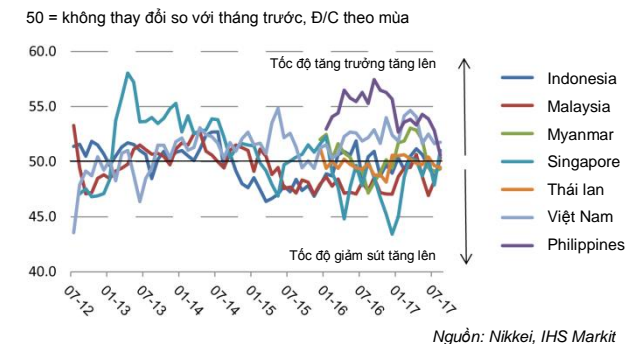
Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng (Purchasing Managers' Index - PMI™) lĩnh vực Sản xuất ASEAN của Nikkei tăng từ 49,3 điểm của tháng 7 lên 50,4 điểm trong tháng 8, từ đó cho thấy các điều kiện kinh doanh đã cải thiện trong khu vực. Mặc dù chỉ ở mức nhẹ, tốc độ cải thiện là nhanh nhất trong thời kỳ ba tháng.

Nhân tố giúp chỉ số tăng là cả tổng số lượng đơn đặt hàng mới và sản lượng đều tăng trở lại. Dữ liệu của tháng 8 cũng cho thấy sự cải thiện ở trên diện rộng của các điều kiện sản xuất trong ASEAN: năm quốc gia có các điều kiện kinh doanh cải thiện, so với chỉ hai quốc gia trong tháng 7.

PMI ngành sản xuất ASEAN của Nikkei



PMI Ngành sản xuất Quốc gia



Việt Nam thay thế Philippines dẫn đầu về chỉ số PMI trong tháng 8, và là quốc gia duy nhất có tốc độ cải thiện nhanh hơn kể từ tháng 7. Trong khi đó, Philippines tụt xuống vị trí thứ tư khi các điều kiện kinh doanh cải thiện với tốc độ yếu nhất như từng được ghi nhận.

Trong khi đó, Singapore, Indonesia và Malaysia tăng trưởng trở lại sau khi suy giảm trong tháng 7. Điều đáng ghi nhận là Singapore có mức cải thiện mạnh mẽ nhất trong chỉ hơn một năm rưỡi qua.

Thái lan có các điều kiện sản xuất suy giảm tháng thứ hai liên tiếp, và tốc độ suy giảm là nhanh nhất kể từ tháng 11 năm ngoái. Myanmar tiếp tục có các điều kiện kinh doanh suy yếu, mặc dù tốc độ giảm đã chậm hơn so với tháng 7.

Có những dấu hiệu cho thấy ở thời điểm giữa quý 3, cầu được cải thiện đối với hàng hóa ASEAN - xuất phát từ thị trường trong nước và nước ngoài.

Hồi phục từ mức giảm sâu trong tháng 7, tổng số lượng đơn đặt hàng mới trong tháng 8 đã tăng với tốc độ nhanh hơn trong bốn tháng, và được hỗ trợ bởi đà tăng của doanh thu xuất khẩu.

Mức tăng số lượng đơn đặt hàng mới đã làm gia tăng sản xuất: sản lượng trong khu vực đã tăng lần đầu tiên kể từ tháng 5.

Mặc dù nhu cầu đã tăng, lượng công việc tồn đọng trong ngành sản xuất ASEAN tiếp tục giảm như đã từng được ghi nhận trong suốt ba năm qua, từ đó cho thấy có năng lực sản xuất dự phòng trong ngành. Điều này tiếp tục gây ảnh hưởng đến việc tuyển dụng nhân công trong khu vực, và tổng số lượng việc làm không thay đổi trong tháng 8.

Các nhà sản xuất ASEAN tiếp tục có cách tiếp cận thận trọng với hoạt động mua hàng và hàng tồn kho. Mức độ mua hàng gần như không thay đổi trong kỳ khảo sát mới nhất, và từ đó đã ảnh hưởng đến lượng hàng tồn kho. Hàng tồn kho trước sản xuất giảm tháng thứ mười một, mặc dù tốc độ giảm là chậm hơn so với tháng 7.

Tuy nhiên, sự chậm chễ của chuỗi cung ứng được ghi nhận trong tháng 8, ngay cả khi nhu cầu đối với hàng hóa đầu vào tương đối yếu. Trong một số trường hợp, các công ty cho rằng thời gian giao hàng bị kéo dài là do các công ty bán hàng thiếu hụt hàng hóa nguyên vật liệu.

Về khía cạnh giá cả, các dấu hiệu của việc tăng áp lực chi phí đã xuất hiện vào giữa quý 3, từ đó kết thúc xu hướng áp lực lạm phát thấp. Tất cả các quốc gia được khảo sát (trừ Thái Lan) cho biết chi phí đầu vào cao hơn trong tháng 8. Myanmar tiếp tục có tốc độ lạm phát nhanh nhất, tiếp sau đó là Philippines và Indonesia. Việt Nam cũng ghi nhận gánh nặng chi phí tăng nhanh hơn nhiều. Trong khi đó, Malaysia có tốc độ lạm phát chi phí chậm lại tháng thứ sáu liên tiếp.

Áp lực chi phí lớn hơn đã làm các công ty phải tăng giá bán hàng, mặc dù tốc độ tăng giá tiếp tục thấp hơn hẳn so với chi phí đầu vào.

Điều đáng khích lệ là, tăng trưởng đã đi kèm theo mức độ lạm phát tăng lên. Mức độ lạm phát trong kinh doanh đã tăng so với tháng trước thành mức cao nhất trong thời kỳ bốn tháng.

Bình luận:

Bình luận về dữ liệu khảo sát PMI ngành sản xuất ASEAN, **Bernard Aw**, chuyên gia kinh tế chính trị IHS Markit, công ty thu thập kết quả khảo sát, nói:

"Sau khởi đầu yếu kém của quý 3, ngành sản xuất của ASEAN đã tăng trưởng trở lại trong tháng 8, khi chỉ số PMI cho thấy sự cải thiện về các điều kiện kinh doanh chung.

"Điều đáng khích lệ là, khảo sát đã nêu bật độ rộng của tình trạng tăng trưởng trở lại, với năm trong số bảy quốc gia được khảo sát cho biết có cải thiện về các điều kiện sản xuất, so với chỉ hai quốc gia trong tháng 7. Hơn nữa, tăng trưởng đã được hỗ trợ bởi sự kết hợp giữa nhu cầu tăng lên từ cả thị trường trong nước và nước ngoài.

"Tuy nhiên, nhu cầu tăng có thể không làm tăng việc làm trong ngắn hạn khi lĩnh vực sản xuất vẫn đang có năng lực sản xuất dự phòng, như đã thể hiện trong việc giảm lượng công việc tồn đọng trong thời gian dài. Hơn nữa, mức độ lạm phát trong kinh doanh vẫn thấp hơn mức trung bình của lịch sử chỉ số mặc dù đã tăng so với tháng 7, từ đó cho thấy các công ty vẫn giữ cách tiếp cận thận trọng đối với việc tuyển dụng nhân công".

-Kết thúc-

PMI® Ngành Sản xuất Việt Nam của Nikkei

được bảo trợ bởi



Nikkei là một tổ chức truyền thông mà hoạt động chính là xuất bản báo chí. Tờ nhật báo chính của chúng tôi, The Nikkei, có khoảng ba triệu người đăng ký. Hệ thống phân phối truyền thông đa nền tảng của Nikkei còn bao gồm báo trực tuyến, phát thanh truyền hình và tạp chí.

Năm nay, The Nikkei sẽ kỷ niệm 140 năm hoạt động. Kể từ khi thành lập vào năm 1876 với tên Chugai Bukka Shimpo (Tin tức Giá cả Trong nước và Nước ngoài), chúng tôi đã liên tục cung cấp các báo chất lượng cao trong khi vẫn bảo đảm tính công bằng và không thiên vị. Nhân hiệu The Nikkei đã đồng nghĩa với sự tin cậy ở trong nước và nước ngoài.

Nikkei Inc. cung cấp nhiều nền tảng truyền thông để đáp ứng nhu cầu đa dạng của độc giả. Trọng tâm của những dịch vụ này là The Nikkei với tổng số phát hành lên đến ba triệu bản. Dịch vụ cung cấp của chúng tôi còn ấn tượng ở nội dung có giá trị cao và công nghệ kỹ thuật số tiên tiến. Số lượng người đăng ký trả tiền cho ấn bản trực tuyến Nikkei (Nikkei Online Eddition), khai trương năm 2010, đã vượt qua con số 400.000. Chúng tôi là một trong những nhà xuất bản báo chí có lượng người đọc lớn nhất thế giới sử dụng các dịch vụ trực tuyến có thu phí. Sau năm năm kể từ ngày phát hành, ấn bản trực tuyến đã phát triển từ một phương tiện cung cấp tin tức cho độc giả thành một công cụ giúp mọi người thăng tiến trong nghề nghiệp.

Vào năm 2013, chúng tôi đã khai trương tạp chí Nikkei Asian Review, một dịch vụ tin tức tiếng Anh được cung cấp cả trên mạng và dưới hình thức tạp chí in hàng tuần. Vào năm sau đó, chúng tôi đã thành lập Trụ sở Ban biên tập Châu Á ở Bangkok để làm phong phú thêm tin tức về kinh tế châu Á. Ngoài ra, chúng tôi đã nhân đôi được số phóng viên thường trú ở châu Á ngoài Nhật bản. Năm 2014 cũng đánh dấu sự ra đời của Nikkei Group Asia Pte., một công ty ở Singapore có nhiệm vụ phổ biến thương hiệu Nikkei trong khu vực. Mục tiêu của chúng tôi là làm cho Nikkei trở thành tiếng nói truyền thông hàng đầu ở châu Á.

<http://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/en/>

NIKKEI ASIAN REVIEW

<http://asia.nikkei.com/>

GIỚI THIỆU ÁN PHẨM KINH DOANH DUY NHẤT ĐEM LẠI CHO QUÝ VỊ SỰ HIỂU BIẾT SÂU SẮC VỀ CHÂU Á, TỪ TRONG RA NGOÀI

Với số lượng phóng viên và cộng tác viên ở khu vực lớn hơn bất kỳ hãng xuất bản kinh doanh nào, chỉ có Nikkei Asian Review mới có thể cung cấp cho quý vị cái nhìn về kinh doanh ở châu Á từ bên trong.

Hãy cập nhật những tin tức, những bài phân tích và thông tin chi tiết mới nhất bằng việc đăng ký Nikkei Asian Review – có dưới dạng in, trực tuyến, và trên thiết bị di động và máy tính bảng của quý vị.



Asia300:

Cung cấp tin tức đầy đủ về hơn 300 công ty hàng đầu tại 11 quốc gia và khu vực ở châu Á. Nikkei Asian Review có mục tiêu xây dựng một trung tâm thông tin doanh nghiệp châu Á lớn nhất thông qua báo cáo nâng cao dựa trên cơ sở dữ liệu thông tin kinh doanh và tài chính quy mô lớn của các công ty trong khu vực.



NHẬT BẢN CẬP NHẬT:

Cập nhật cho quý vị về tình hình kinh doanh và tin tức từ Nhật bản.



QUAN ĐIỂM:

Đem đến quan điểm về châu Á của các trí tuệ hàng đầu trên thế giới, bao gồm cột "Tea Leaves" do những cây bút giỏi nhất của chúng tôi viết.



CHÍNH TRỊ VÀ KINH TẾ:

Tìm hiểu về chính sách tài khóa và tiền tệ, các vấn đề quốc tế và nhiều hơn nữa.



THỊ TRƯỜNG:

Phân tích sâu sắc về các thị trường, với tin tức chi tiết về ngành để giúp quý vị cập nhật về một số trong các lĩnh vực phát triển nhanh nhất trong khu vực.



Video:

Xem các nhà phân tích giải thích các bài viết của chúng ta, theo dõi các cuộc phỏng vấn với các lãnh đạo hàng đầu.



Phiên bản in:

Hàng tuần đem những nội dung quan trọng nhất từ Nikkei Asian Review đến nhà hoặc văn phòng của quý vị.

Để biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

IHS Markit (Về PMI và ý kiến bình luận)

Bernard Aw, Chuyên gia Kinh tế chính
Điện thoại: +65-6922-4226
Email bernard.aw@ihsmarkit.com

Jerrine Chia, Bộ phận Tiếp thị và Truyền thông
Điện thoại: +65-6922-4239
E-mail jerrine.chia@ihsmarkit.com

Nikkei inc. (Về Nikkei)

Ken Chiba, Phó Tổng giám đốc, Văn phòng quan hệ công chúng
Atsushi Kubota, Giám đốc, Văn phòng quan hệ công chúng
Điện thoại: +81-3-6256-7115
Email koho@nex.nikkei.co.jp

Ghi chú cho Ban Biên tập:

Chỉ số Nhà quản trị Mua hàng PMI® (*Purchasing Managers' Index*™) của ASEAN được IHS Markit tổng hợp dựa trên dữ liệu khảo sát nguyên gốc thu thập từ một nhóm đại diện gồm khoảng 2100 công ty sản xuất. Dữ liệu quốc gia được thu thập cho Indonesia, Malaysia, Myanmar, Philippine, Thái Lan và Việt Nam. Tổng hợp lại, những quốc gia này chiếm tới khoảng 98% hoạt động sản xuất của ASEAN.

Phương pháp khảo sát của *Chỉ số Nhà quản trị Mua hàng (PMI)®* đã tạo dựng được một uy tín cao trong việc cung cấp chỉ báo cập nhật nhất có thể về những gì đang thực sự xảy ra trong lĩnh vực kinh tế tư nhân bằng cách theo dõi những tham số như doanh thu, việc làm, hàng tồn kho và giá cả. Các chỉ số được các doanh nghiệp, chính phủ và các nhà phân tích kinh tế của các tổ chức tài chính sử dụng rộng rãi để hiểu rõ hơn về các điều kiện kinh doanh và định hướng cho chiến lược công ty và chiến lược đầu tư. Đặc biệt, các ngân hàng trung ương (bao gồm cả Ngân hàng Trung ương Châu Âu) sử dụng dữ liệu để ra các quyết định về lãi suất. Các khảo sát PMI là những chỉ số đầu tiên về các điều kiện kinh tế được ban hành hàng tháng và do đó có sớm hơn hẳn các dữ liệu so sánh do các tổ chức chính phủ tổng hợp.

IHS Markit không sửa lại dữ liệu điều tra cơ bản sau lần xuất bản đầu tiên, nhưng các nhân tố điều chỉnh theo mùa có thể được sửa lại cho phù hợp theo từng thời điểm và những sửa đổi này sẽ ảnh hưởng đến các chuỗi dữ liệu điều chỉnh theo mùa. Dữ liệu lịch sử liên quan đến những con số cơ bản (chưa điều chỉnh), chuỗi dữ liệu được điều chỉnh theo mùa lần đầu tiên được xuất bản và những dữ liệu được điều chỉnh sau đó, có thể được đặt mua từ IHS Markit. Hãy liên hệ economics@ihsmarkit.com.

Thông tin về IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

IHS Markit (Nasdaq: INFO) là công ty hàng đầu thế giới chuyên cung cấp các thông tin, phân tích và ý kiến chuyên môn để đưa ra các giải pháp quan trọng cho các ngành và thị trường lớn mà đang là động lực cho các nền kinh tế trên toàn cầu. Công ty cung cấp các thông tin, phân tích và giải pháp tiên tiến nhất cho khách hàng thuộc lĩnh vực kinh doanh, tài chính và chính phủ, nâng cao hiệu quả hoạt động của họ và cung cấp những ý kiến phân sâu sắc làm cơ sở đưa ra những quyết định sáng suốt và tự tin. IHS Markit có hơn 50.000 khách hàng lớn là các doanh nghiệp và chính phủ, chiếm tới 85% danh sách 500 công ty hàng đầu (Fortune Global 500) và các tổ chức tài chính hàng đầu thế giới. Có trụ sở chính tại London, IHS Markit cam kết cho sự tăng trưởng bền vững và mang lại lợi nhuận.

IHS Markit là một nhãn hiệu đã được đăng ký của IHS Markit Ltd. Tất cả các tên của công ty và sản phẩm khác có thể là nhãn hiệu của những người sở hữu liên quan.

© 2017 IHS Markit Ltd. Tất cả bản quyền được bảo vệ.

Thông tin về PMI

Các cuộc khảo sát *Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng (Purchasing Managers' Index*™ - PMI®) đã được thực hiện tại hơn 30 quốc gia và cho các khu vực chủ chốt kể cả khu vực đồng tiền chung châu Âu. Đây là những cuộc khảo sát kinh doanh được theo dõi nhiều nhất trên thế giới, được sự ủng hộ của các ngân hàng trung ương, thị trường tài chính và các nhà hoạch định chính sách kinh doanh vì khả năng cung cấp những chỉ số cập nhật, chính xác và độc đáo phản ánh các khuynh hướng kinh tế. Để tìm hiểu thêm hãy truy cập www.markit.com/product/pmi.

Bản quyền sở hữu trí tuệ đối với Chỉ số Nhà quản trị Mua hàng PMI® ngành sản xuất của ASEAN là sở hữu của hoặc cấp phép cho IHS Markit. Bất kỳ sự sử dụng trái phép nào, bao gồm nhưng không hạn chế ở việc sao chép, phân phối, truyền tin hay phương thức khác, đối với bất kỳ dữ liệu xuất bản nào đều không được phép nếu không có sự đồng ý trước của IHS Markit. IHS Markit sẽ không có bất kỳ trách nhiệm, bổn phận hay nghĩa vụ nào đối với hoặc liên quan tới nội dung hoặc thông tin ("dữ liệu") bao gồm ở đây, bất kỳ sai sót, thiếu chính xác, bỏ sót hay chậm trễ nào của dữ liệu, hay đối với bất kỳ hành động nào được tiến hành dựa vào những dữ liệu đó. IHS Markit sẽ không chịu trách nhiệm về bất kỳ thiệt hại đặc biệt, ngẫu nhiên, hay là hậu quả, nảy sinh từ việc sử dụng dữ liệu. Purchasing Managers' Index™ và PMI® là các nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của Markit Economics Limited hoặc được cấp phép cho Markit Economics Limited. IHS Markit là nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của IHS Markit Limited.

Nếu quý vị không muốn nhận tin tức từ IHS Markit, hãy gửi email joanna.vickers@ihsmarkit.com. Để đọc chính sách về quyền riêng tư của chúng tôi, hãy [nhấn vào đây](#).